

Estereótipo de Princesas

A representação feminina nos desenhos animados
clássicos da Disney





UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

A representação feminina nos desenhos animados clássicos da Disney

Kareen Arnhold Pimenta – DRE: 105028339

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Refkalefsky

Rio de Janeiro
2009

PIMENTA, Kareen Arnhold. **Estereótipo de Princesas: A representação feminina nos desenhos clássicos animados da Disney**. Orientador: Eduardo Refkalefsky. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

O trabalho pretende evidenciar a existência de um padrão de beleza fixado através de gerações e propagado de forma eficiente pela companhia de entretenimento Walt Disney. Através das princesas Disney, as crianças, moças e adultas absorvem, desde a infância, a idéia do que é uma mulher ideal, tanto sob o aspecto físico quanto comportamental. O que se verifica é a imposição de padrões estéticos determinados, que fazem oposição a outros e demarcam lugares específicos de aceitação e exclusão, como é o caso das princesas e das bruxas, respectivamente. Tais valores padronizados funcionam como um elemento de reconhecimento entre um grupo social, que compartilha gostos e tendências e propaga, sempre adiante, as mesmas regras de aceitação e normas de conduta. O estudo do estereótipo das princesas Disney – que remete ao âmbito geral da beleza feminina – adquire importância em um contexto social e cultural em que o corpo perfeito é aclamado como principal fator para a felicidade da mulher. Diante do grande número de intervenções médicas, terapêuticas e estéticas a que as mulheres se submetem hoje, avaliar a propagação de um ideal a ser perseguido torna-se mais que pertinente.

SUMÁRIO

1. Introdução

2. O poder de representar

2.1 - Poder, representação e mídia

2.2 - O mundo mágico de Disney

2.2.1 - Influência dos contos de fadas para crianças

2.2.2 - Histórias Disney e adaptação dos contos

2.3 - O lugar dos estereótipos

3. Princesas no mundo Disney e na vida real

3.1 - As princesas clássicas

3.1.1 - Evolução no comportamento

3.1.2 - O contraponto: as bruxas

3.2 - As princesas renegadas

3.2.1 - Cada realeza em seu reino

3.2.2 - O caso de Pocahontas

4. Conclusão

1. INTRODUÇÃO

A busca pela beleza é uma meta de quase todas as mulheres. A maioria das meninas, moças, adultas sonham em se parecer com a *top model* Gisele Bunchem, com a apresentadora de televisão Xuxa, com a atriz hollywoodiana Angelina Jolie e com a princesa inglesa Lady Diana, por exemplo. Estas personalidades são consideradas beldades porque carregam consigo um padrão estético culturalmente compartilhado e socialmente aceito do que vem a ser a mulher ideal. Este padrão é intensamente disseminado nos dias atuais principalmente por campanhas publicitárias, cada uma, através de seu suporte, propagando a mensagem: “estas mulheres são detentoras inquestionáveis e únicas da beleza”. Tais formas de comunicação – as campanhas publicitárias – são as mais discutidas e analisadas por estudiosos e leigos, entretanto, há outras tantas que por muitas vezes passam despercebidas.

Este trabalho vem chamar a atenção para a atuação da companhia de entretenimento mundialmente consagrada Walt Disney em uma esfera de igual ou maior potencialidade que a propaganda na transmissão de valores – a esfera cinematográfica. A importância de se avaliar as produções da Disney está centrada, principalmente, na enorme influência que os filmes da companhia exercem sobre as crianças, devido, em grande parte, à origem das narrativas baseada em contos de fadas. E, por que dar tanta atenção ao âmbito infantil? Ora, simplesmente porque ele é uma miniatura do universo, um campo em que pessoas em tamanho reduzido são preparadas para viver a vida adulta.

Os produtos destinados a crianças são instrumentos que as condicionam, desde cedo, a enxergarem, vivenciarem e aceitarem o mundo em que viverão, conforme atesta o estudioso francês Roland Barthes. Pela leitura do célebre capítulo “Brinquedos” de seu livro “Mitologias”, pode-se evidenciar a função social dos queridos objetos. A boneca prepara a menina para a maternidade, assim como as graciosas panelinhas e vassourinhas que chegam a meio metro ensinam às pequenas a serem dedicadas ao lar. Por outro lado, as arminhas de brinquedo, os soldadinhos de guerra e os carrinhos cada vez mais inusitados alocam os garotinhos no mundo masculino e viril dos homens.

Por meio das produções de Walt Disney, os valores da sociedade e os padrões impostos às pessoas são transmitidos ao universo infantil tão eficazmente quanto o são pelos brinquedos. De forma aparentemente inocente, os desenhos não só apresentam para os pequenos o mundo adulto, como também os ensinam a seguir parâmetros pré-

estabelecidos de normas de condutas e de aceitação. Este trabalho pretende, então, analisar os desenhos animados da Disney com a proposta de compreender as produções da companhia como um instrumento de educação – ou melhor, preparação infantil – segundo padrões e regras sociais e culturais dominantes. Entre os suportes a esta análise, terá destaque o trabalho de Henry Giroux. O teórico da pedagogia crítica expõe a Disney como uma “máquina de ensino” tão potencial quanto as escolas públicas, as instituições religiosas e a família.

Dentro de um universo abrangente, esta monografia focará o âmbito da estética feminina. Como objeto de estudo, serão tomadas as princesas dos filmes Disney, modelo de mulheres belas: altas, magras, de pele e olhos claros, cabelos sedosos, nariz afilado, mãos delicadas. Tais protagonistas ensinam as meninas o que é ser bonita, graciosa e delicada, ao passo em que as bruxas das produções evidenciam a feiúra, a maldade e o comportamento que se deve evitar. Ou seja, o que o estudo pretende revelar é a importância de tais personagens na construção de valores estéticos. As princesas Disney são, em verdade, representações animadas de beldades que ganharam vistas em diferentes épocas e tornaram-se modelos a serem seguidos, como o são hoje as já citadas Gisele Bunchem, Xuxa, Angelina Jolie e Lady Diana.

O desenvolvimento de tal análise será estruturado em duas partes centrais. A primeira parte do estudo fornecerá a justificativa teórica sobre cultura e as formas de propagação de padrões pela sociedade. O intuito é formar uma base que sirva de suporte para a afirmação de que a companhia Walt Disney, por meio de seus produtos mágicos, é um importante agente social de propagação de valores e padrões dominantes. Para explicar a questão do poder que as formas de representação exercem sobre a opinião pública, principalmente quando propagadas pela mídia audiovisual, o trabalho se debruçará sobre autores como Stuart Hall, Walter Lippmann e Michel Foucault, principalmente.

A contribuição de Hall será referente à definição de cultura como uma esfera que impõe aos membros de um grupo significados fixados e propagados com o intuito de se criar um ambiente socialmente partilhado e comumente aceito, baseado nas fronteiras do outro. Lippmann, por sua vez, virá reforçar a idéia de que a opinião que cada um tem sobre os acontecimentos se forma através da comunicação em suas várias instâncias dentro do contexto cultural, em que as pessoas se reconhecem e se organizam através da diferenciação do outro – sendo este último classificado de forma simplista, a partir de traços gerais. Já o estudo de Foucault se fará válido quanto à constatação de que os

discursos na sociedade, ou seja, as formas sociais de representação, são armas poderosas que sempre estiveram sob controle, essencialmente nas mãos de classes e agentes hegemônicos os quais impõem um discurso padrão a pessoas que devem aceitá-lo e incorporá-lo para fazer parte de um grupo social.

Na segunda parte da monografia, será desenvolvida a análise das princesas Disney e explicada a relevância de se falar de beleza e imposição de gostos. O trabalho partirá do entendimento de que existe um “mito da beleza” – o qual persegue as mulheres por meio, principalmente, da disseminação constante de imagens do ideal feminino por indústrias culturais, corporações de mídia, indústrias de dieta, de cosméticos, de vestimenta, centros de estética, de cirurgia plástica e outras tantas. Tal capítulo pretende mostrar a história das personagens Disney, a época em que surgiram, as influências que sofreram, as características que carregam. O estudo analítico se apóia em filmografia e na observação dos célebres personagens dos desenhos animados os quais, de forma imperceptível, estabelecem limites, regras e organizam o mundo. O objeto de estudo são as protagonistas das animações “Branca de Neve e os Sete Anões”, “Cinderela”, “A Bela Adormecida”, “A Pequena Sereia” e “A Bela e a Fera”.

Como suporte ao estereótipo das chamadas princesas clássicas de Disney, também serão avaliadas as protagonistas de “Aladdin”, “Pocahontas” e “Mulan”, além das bruxas más. As personagens dos referidos desenhos animados serão retratadas ao longo deste trabalho – estando presentes, inclusive, na capa – por meio de figuras. A diferenciação que se estabelece entre as chamadas princesas clássicas de Disney e as protagonistas nem tão princesas assim, é evidenciada, inclusive, pelas cores retratadas nas imagens. As figuras de Branca de Neve, Cinderela, Aurora, Ariel e Bela estão repletas de cores e tons, ao passo que as de Jasmine, Pocahontas e Mulan aparecem em preto e branco.

A proposta é evidenciar uma verdade que não é nítida: a autoridade concedida cultural e socialmente a Walt Disney, que permite à companhia disseminar entre tantos outros aspectos, o ideal de estética feminina.

2. O PODER DE REPRESENTAR

O que une as pessoas sob um sentimento de pertencimento ao mundo, de identificação com o outro e de reconhecimento de si mesmas é a cultura, “um sistema de atitudes e modos de agir, costumes e instruções de um povo”, segundo definição do Dicionário Escolar da Língua Portuguesa. De acordo com o teórico cultural Stuart Hall, cultura não é apenas um conjunto de coisas – como romances, pinturas ou programas de TV –, mas um conjunto de pensamentos e práticas postulado em um grupo social e programado para ser seguido. Seus significados são instrumentos constituídos não apenas por nossa concepção (ou pela interpretação que damos a eles), mas, principalmente, por um sistema que carrega por nós, e nos impõe, certos valores. “Acima de tudo, significados culturais não estão apenas ‘em nossas mentes’. Eles organizam e regulam práticas sociais, influenciam nossa conduta e, conseqüentemente, apresentam efeitos reais e práticos sobre nós”¹ (HALL: 2003, 3).

Significados regulam e organizam nossas condutas e práticas – eles ajudam a estabelecer regras, normas e convenções pelas quais a vida social é ordenada e governada. Eles também são instrumento de desejo para os que buscam governar e regular a conduta e as idéias dos outros.² (HALL: 2003, 4)

No livro “*Representation – Cultural representations and signifying*”, Hall destaca que o significado das coisas não tem uma essência em si, não pode ser fixado. Por exemplo, uma mesma imagem pode despertar diversas interpretações, dependendo do contexto em que esteja inserida. No entanto, dentro de um grupo social, é necessário que haja significados igualmente reconhecidos, para que se tenha uma unidade de compreensão e identificação. Por este motivo, na tentativa de criar um contexto socialmente partilhado, estabelecendo significados dentro de padrões e limites determinados, as práticas representacionais e os discursos dominantes trabalham em um processo de construção de espaço comum.

¹ _ Above all, cultural meanings are not only ‘in the head’. They organize and regulate social practices, influence our conduct and consequently have real, practical effects.

² _ Meanings also regulate and organize our conduct and practices – they help to set the rules, norms and conventions by which social life is ordered and governed. They are also, therefore, what those who wish to govern and regulate the conduct and ideas of others seek to structure and shape.

Os significados culturais “flutuam”. Eles não podem ser fixados. No entanto, na tentativa de fixá-los trabalham as práticas representacionais, as quais intervêm nos potenciais significados de uma imagem com um esforço para privilegiar um deles.³ (HALL: 2003, 228)

A questão que se coloca agora é como os significados culturais são transmitidos para serem partilhados. Isso ocorre através das diferentes formas de linguagem, que nada mais são do que sistemas de representação os quais fazem circular idéias e conceitos dentro de um grupo e entre grupos. Estas formas de linguagem são inúmeras dentro de uma sociedade. Neste trabalho, no entanto, a atenção é focada na representação midiática, um grande agente de fixação de significados culturais. Dentro do universo midiático, o destaque fica a cargo do discurso cinematográfico, devido à potencialidade da linguagem audiovisual no que se refere à transmissão eficiente de significados fechados em si.

2.1 - Poder, representação e mídia

Eventos acontecem a todo momento, em todas as partes do globo, e é difícil para as pessoas presenciarem todos eles, conforme atesta o escritor estadunidense Walter Lippmann, “pois o ambiente real é excessivamente grande, por demais complexo, e muito passageiro para se obter conhecimento direto” (2008, 31). Por este motivo, são necessárias referências para a constituição da opinião que cada um terá sobre os acontecimentos.

Não estamos equipados para tratar com tanta sutileza, tanta variedade, tantas modificações e combinações. E embora tenhamos que agir naquele ambiente, temos que reconstruí-lo num modelo mais simples antes de poder manejá-lo. Para atravessar o mundo as pessoas precisam ter mapas do mundo. (LIPPMANN: 2008, 31)

Os “mapas do mundo” aos quais Lippmann se refere são estabelecidos por discursos dominantes na sociedade, que oferecem um recorte da realidade conveniente aos padrões e normas da cultura em que atuam. São estes discursos “legítimos” que carregam consigo o poder de representar aspectos sociais e culturais. Mais ainda: o

³ _Meaning ‘floats’. It cannot be finally fixed. However, attempting to ‘fix’ it is the work of a representational practice, which intervenes in the many potential meanings of an image in an attempt to privilege one

poder de representação está atrelado ao poder de impor significados. Tendo em vista que os discursos são produzidos por classes hegemônicas com poder suficiente para criar e/ou manter determinadas regras culturais e sociais, cabe a afirmação de que eles não são um “retrato objetivo da realidade”, e sim um “organizador da realidade”. Ao relatar os fatos ocorridos ou caracterizar um determinado grupo, eles consolidam como realidade vivida a sua proposta de representação e os valores daqueles que a impõe; ao reforçarem a “identidade do mundo”, determinam como esse mundo deve comportar-se.

Ou seja, o homem se adapta ao ambiente através das representações, pelos discursos dominantes, dos recortes reconhecíveis do mundo em meio a um turbilhão de possibilidades. Tais recortes constituem o “pseudo-ambiente”, de acordo com Lippmann, em que se vive dentro de determinadas fronteiras culturais. O que as pessoas seguem em sua vida, então, não é o fato real, mas a forma de representação dominante deste fato real, a interpretação majoritária que espaços de poder dão a ele. “É o capital como concebido, o evangelho como pregado e a pregação como entendida, a Constituição como interpretada e administrada, que você acaba seguindo” (LIPPMANN: 2998, 104). Conclui-se que os discursos dominantes têm um efeito disciplinador capaz de gerir estratégias educativas que normatizam o que é permitido pensar, falar e fazer.

Diante da abrangência dos discursos e da possibilidade de dar luminosidade a determinados aspectos em prol de outros, parece apropriado ser mais incisivo na avaliação do poder que carregam consigo. Para focar neste ponto, recorre-se a análise que o filósofo e teórico Michel Foucault faz no livro “A ordem do discurso”. Segundo o estudioso, discursos sempre estiveram sob controle, essencialmente sob controle de uma classe hegemônica, que impõe sua “voz” sobre outras – tomadas como marginalizadas – na tentativa de manter o predomínio de uma tendência.

(...) Em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade. (FOUCAULT: 1996, 9)

A análise de Foucault reitera a existência, nas sociedades, de um sistema de verdades impostas, em que tudo é arquitetado de forma a embutir nas pessoas um sentimento de que o discurso vigente é o discurso real e o único possível. Este discurso

legítimo deve ser aceito e incorporado para que se constitua um sistema de normas sociais comum aos membros do grupo.

A doutrina tende a difundir-se; e é pela partilha de um só e mesmo conjunto de discursos que indivíduos, tão numerosos quanto se queira imaginar, definem sua presença recíproca. Aparentemente, a única condição requerida é o reconhecimento das mesmas verdades e a aceitação de certa regra – mais ou menos flexível – de conformidade com os discursos validados. (FOUCAULT: 1996, 42).

Nas sociedades atuais, os discursos dominantes são transmitidos – e, ao mesmo tempo, constituídos – através dos meios de comunicação de massa, principais instrumentos de representação social, propagadores de significados culturais. Sua eficácia consiste, em grande parte, no fato de atingirem um público diversificado e espalhado por vários locais, construindo o cotidiano das pessoas, cuja vida é dirigida por uma pauta comum. Um bom exemplo da atuação dos meios de comunicação na organização social é o jornalismo, uma atividade que diariamente apresenta à comunidade um conjunto de fatos selecionados dentre uma infinidade de outros. Além da seleção – que é o primeiro passo de restrição do conhecimento que as pessoas terão –, o foco dado às notícias é outro instrumento de controle. Ou seja, a sociedade conhece os fatos que ocorrem em todo o mundo a partir do que os meios de comunicação julgam ser de interesse geral e a partir da luz que tais meios projetam sobre os acontecimentos.

Nas sociedades contemporâneas, a capacidade de disseminação de representações da realidade social está concentrada na mídia. Do conjunto inesgotável de eventos, banais ou extraordinários, que ocorrem todos os dias, o jornalismo elege um pequeno número que transforma em notícia e aos quais concede ampla circulação. Fora do seu círculo direto de relações pessoais e profissionais, o cidadão comum só possui acesso aos eventos que passaram por este filtro; e, sobre tais eventos, tem acesso apenas aos aspectos que foram considerados dignos de veiculação. Fica claro, portanto, que o impacto político dos conteúdos que os meios de comunicação difundem não pode ser ignorado.⁴

⁴ _ MIGUEL, Luis Felipe. Disponível em http://www.lacua.au.dk/index.jsp/publikationer/dl3/2midia_e_politica_no_br-miguel-unb.pdf. Acesso em: 04.04.2009.

No caso de transmissão de significados através de imagens, as representações midiáticas são ainda mais eficientemente propagadas. O discurso audiovisual chama a atenção por oferecer, a quase todos os sentidos humanos, uma fórmula pronta de som, sensações e imagem. Diante deste pacote, a propagação de significados fechados em si é bastante eficaz. Quando se escuta uma história, por exemplo, pode-se imaginar e dar contornos específicos a cada imagem, embora seja descrita pelo autor. Não é o que acontece quando se assiste a um filme, que, por sua vez, impõe a trama e a imagem sem possibilidade de criação por parte do espectador.

Na medida em que as histórias passam a ser contadas através de imagens, a imaginação exigida na escuta da história oral é substituída pela absorção das ilustrações ou das imagens fílmicas. Há um deslocamento do imaginário das 'vovós', de caráter literário e sentimental, para um imaginário visual. (GOMES: 2000, 83)

Esta é uma grande arma em poder da indústria cinematográfica, que dissemina os ideais imagéticos a serem seguidos e a serem discriminados, definindo os gostos e opiniões dos que pertencem àquela cultura.

As fotografias têm o tipo de autoridade sobre a imaginação hoje da mesma forma que a palavra impressa tinha ontem, e a palavra falada tinha antes ainda. Elas parecem completamente reais. Nós acreditamos que elas vieram diretamente a nós sem a intervenção humana, e elas são o alimento imaginável da mente que menos esforço demanda. Qualquer descrição em palavras, ou mesmo em imagem inerte, requer um esforço de memória antes que a imagem possa existir na mente. Mas na tela todo o processo de observar, descrever, reportar, e então imaginar, é feito para você. Sem qualquer outro problema, a não ser o de estar desperto, o resultado que sua imaginação está sempre buscando é apresentado na tela. (LIPPMANN: 2008, 93)

Neste trabalho, a Walt Disney Company foi escolhida como exemplo para discussão. Percebe-se que a companhia se encaixa nos aspectos avaliados na análise anterior. Ela é um agente social de mídia que detém enorme poder de representação sobre a sociedade, ou seja, que dissemina, através de suas narrativas, discursos dominantes, fixados, pré-estabelecidos e naturalizados. Por fabricar produtos

audiovisuais, sua capacidade é potencializada. As imagens dos filmes Disney reproduzem os padrões aos quais as sociedades estão acostumadas e perpetuam estas formas, reforçando as regras, pensamentos e atitudes dominantes.

2.2 - O mundo mágico de Disney

Apesar de ser indiscutível que a Disney proporciona prazer e divertimento a crianças e adultos, sua responsabilidade pública não termina aí. Antes de ser visto como uma esfera pública comercial, distribuindo inocentemente prazer às pessoas jovens, o império Disney deve ser visto como um empreendimento pedagógico politicamente engajado no espaço cultural da identidade nacional e na “instrução” da mente das crianças. (GIROUX: 2004, 106)

De acordo com o crítico cultural Henry Giroux, um dos teóricos fundadores da pedagogia crítica, os filmes da Disney excedem os limites do entretenimento; são verdadeiras “máquinas de ensino” que, ao inspirarem autoridade e legitimidade culturais, “ensinam papéis, valores e ideais específicos, tanto quanto o fazem os locais mais tradicionais de ensino, como as escolas públicas, instituições religiosas e a família” (2004, 89). Partindo desta afirmação e da constatação do poder que os filmes Disney têm sobre o mundo – em especial o universo infantil –, é interessante mostrar a história da “produtora de sonhos” que hoje representa um dos maiores conglomerados de mídia e entretenimento de que se tem notícia.

A Walt Disney Company foi fundada em 16 de outubro de 1923, pelos irmãos Roy Oliver Disney e Walter Elias Disney. Este último, que dá nome à empresa, é considerado o grande responsável por seu sucesso. Nascido em 5 de dezembro de 1901, em Chicago, no Estados Unidos, Walt trabalhou até sua morte, em 1966, para dar à Disney o destaque que possui. O homem da animação tinha talento para editar e desenvolver histórias para os desenhos animados, que traziam consigo entretenimento, padrões educativos e mensagens familiares.

Com esta fórmula de sucesso, a Disney foi se desenvolvendo. Dos anos de 1930 a 1950, passou de uma pequena empresa de produção independente a uma rede de televisão. Na década de 1980, consolidava-se como um conglomerado transnacional de mídia e entretenimento. Em 1996, inaugurou a primeira fase da construção de *Celebration*, uma pequena cidade a nordeste de Orlando (Florida/EUA) – com

aproximadamente 4.900 acres e possibilidade de abrigar 8 mil residências – que tem como projeto tornar-se o modelo de cidade com alta tecnologia disponível para seus moradores e empresas de serviços. Atualmente, o conglomerado Disney ainda contabiliza seis parques temáticos espalhados pelo país e por outras localidades.

O que se pode constatar é que, ao longo de 86 anos, a hegemonia Disney se expandiu do ramo do entretenimento cinematográfico para o televisivo e para todo o mercado de consumo. Hoje, os personagens dos filmes se desdobram em linhas de brinquedos, livrinhos de história, material escolar, utensílios para o banho, para a hora de comer, para o momento de dormir, mobílias, roupas, e por aí vai.

É nítido que, hoje, a companhia Disney representa um importante agente nos negócios de mídia e entretenimento – um setor que, ao menos nos EUA, tem se tornado cada vez mais concentrado nas últimas décadas, na medida em que as corporações vêm se transformando e convergindo através das linhas industriais para formar conglomerados transnacionais.⁵ (WASKO: 2001, 17)

Ao lado da diversidade de produtos, a variedade de público também é um fator determinante para a posição de destaque que a Walt Disney ocupa. Além de conquistar o nicho infantil, ela domina o imaginário de jovens e adultos, em especial mulheres, que realizam bailes de debutantes e utilizam vestidos de princesas em seu casamento, ao molde dos padrões Disney.

Os poucos estudos acadêmicos sobre a Disney tratam a exposição aos produtos da companhia como algo que influencia tipicamente, e com grande força, a infância. No entanto, tais produtos são consumidos também por adultos e não seria surpresa descobrir que muitos deles tenham sido projetados com a audiência mais velha em mente, inclusive os filmes clássicos Disney.⁶ (WASKO: 2001, 18)

Os desenhos animados Disney – carro chefe da companhia – são amplamente difundidos e assimilados de forma tão efetiva pelo mercado que é difícil encontrar

⁵ _ It is clear that the Disney Company today represents a dominant player in the media and entertainment business – a sector that, at least in the US, has become increasingly more concentrated over the last few decades, as corporations have moved or converged across industry lines to form diversified, transnational conglomerates.

⁶ _ In the few academic studies of Disney audiences, exposure to Disney-branded products has been found to be typically strongest during childhood. However, even these products are enjoyed by adults. This is not surprising in that many Disney products have been designed with older audiences in mind, including many of the classic Disney films.

alguém que não tenha visto, ou ao menos ouvido falar, de uma dessas narrativas fílmicas. Inclusive, é válido destacar a predominância das produções Disney sobre as de outros países e até mesmo sobre outros desenhos norte-americanos, transmitidos na televisão e nos cinemas. Este sucesso confere à empresa o poder de repassar, em nível global, determinados padrões sociais, estéticos e morais.

Ou seja, a Disney produz imagens e modos de ser que constroem sentidos para o público e o insere em um campo simbólico, de acordo com normas gerais de pensamento, conduta e aceitação. As imagens cinematográficas de seus personagens – espelho de imagens reais, dominantes no universo cultural do qual a companhia faz parte – influenciam o modo como as pessoas pretendem ser e parecer. Sutilmente repassadas através de fantasias animadas e diversão, elas devem ser encaradas como parte de um conjunto de normas de compreensão imposto por um poder dominante.

Os criadores da Disney injetam seus ensinamentos no mundo de sonhos das crianças. Não há nada transparente sobre programas de TV ou filmes infantis, mas mensagens vêm sendo enviadas a nossas crianças com a intenção de trazer à tona pontos de vista particulares e ações que são o maior interesse daqueles que os produzem. (STEINBERG; KINCHELOE: 2004, 24)

Ao fazer com que as crianças se identifiquem com a história e com os personagens, concebendo seu mundo de acordo com os valores por eles transmitidos, os filmes da companhia vão reforçando conceitos e tipos de representações sociais pertinentes a cada época ou transcendentais ao tempo. Seu universo, que tem grande importância para a formação cognitiva e para a organização emocional infantil, condiciona o mundo, serve como um instrumento que indica – e mais do que isso, impõe – qual a forma física, o tipo de comportamento e de pensamento a serem seguidos, assim como mostra, por outro lado, o que deve ser evitado.

A Disney é a produtora e reprodutora de saberes que são tomados como “verdades”, ensinando modos de vermos o mundo que incidem nas subjetividades. A estética dos filmes, com suas músicas sentimentais e narrativas de forte apelo romântico, reforça um sistema de crenças e valoração social calcado nas oposições de “bom” e “mau”, “herói” e “vilão”, “mocinho” e “bandido”. (GOMES: 2000, 14)

É relevante notar que, por trás do mundo encantado, reside a construção diária e sempre inacabada de um império do universo cinematográfico; ou seja, existe uma empresa de negócios que mantém seu *status* atuando de forma apelativa, sedutiva e agradável (WASKO: 2001, 20).

A Disney tem sido construída em uma base histórica reforçada, aproveitando as oportunidades globais de negócios, que possibilitam a expansão do império a um ponto em que sua força de representação é tão grande que a companhia e o Mickey Mouse tornam-se universais. É preciso ressaltar, no entanto, que esta “universalidade” não é natural, e sim, que ela é cuidadosamente fabricada e controlada.⁷ (WASKO: 2001, 22)

É importante ressaltar, também, que, como diversas outras corporações e centros de mídia, a prática de impor padrões de aceitação, conduta e pensamento, não é vista como estratégia. Sendo considerada uma empresa comprometida com os valores familiares e com a educação infantil – embutidos no selo Disney –, sua política não é evidente.

Mais perturbador ainda é a crença comum de que a inocente marca registrada da Disney a exime de responsabilidade pelos diversos modos com os quais ela molda o senso da realidade que fornece às crianças, como se elas adquirissem noções específicas e muitas vezes inócuas de identidade, cultura e história, no aparentemente apolítico universo cultural do “Reino Encantado”. (GIROUX: 2004, 93)

É o poder de influência das produções Disney que este trabalho destaca como ponto de partida, tendo em vista a importância da companhia como um agente cultural, sua atuação dentro de – e, mais importante ainda, em favor de – um sistema social com formas e normas típicas, e sua capacidade para impor conceitos pré-estabelecidos às pessoas desde o início da vida, ou seja, desde a infância. Neste estudo, será analisado o estereótipo das princesas Disney presente nas narrativas encantadoras. Antes de apresentar o objeto de análise, porém, é necessário explicar a que se deve tamanho prestígio das produções da companhia entre as crianças. Por este motivo, seguem

⁷ _ The company has been built on a strong historical base, taking advantage of global trade opportunities that have expanded the empire far and wide, to the point where it is possible for company representatives and others to claim that Disney and Mickey Mouse are universal. But we also need to remember that this “universality” is not necessarily automatic or natural, but has been and continues to be deliberately manufactured and carefully controlled.

explicações sobre a base que deu origem a alguns dos maiores sucessos Disney: os contos de fadas.

2.2.1 - Influência dos contos de fadas para crianças

O sucesso de muitos filmes da Disney se explica pelo fato de eles serem adaptações de contos de fadas, histórias advindas de contos populares de magia, que embora possam não apresentar fadas, certamente trazem encantamento ou elementos fantasiosos. Os que não são adaptações também fazem sucesso, porque mantêm a estrutura central dos contos, com personagens assimiláveis e ensinamentos valiosos.

Muitas histórias clássicas da Disney começam com uma narração em *off* e uma imagem de livro se abrindo, imagem esta que evidencia a ligação entre a obra cinematográfica e a literária. Foi através das produções dos estúdios Disney que algumas dessas histórias populares tornaram-se conhecidas e, hoje, são propagadas e repetidas em diversos meios.

Os contos de fadas originais surgiram a partir de mitos e tradições orais, alguns datados do século II d.C.. Suas narrativas, que sempre trazem um ensinamento, são atemporais e se passam em lugares inexistentes ou muito distantes – como uma floresta encantada, o fundo do mar, um país longínquo, sem identificação de um período ou situação histórica e social específica.

(...) jamais encontraremos nos contos a reminiscência exata de um determinado estágio de cultura: os estilos culturais e os ciclos históricos estão neles encaixados uns nos outros. Subsistem apenas as estruturas de um comportamento exemplar – isto é, que pode ser vivido em grande número de ciclos culturais e em muitos momentos históricos. (ELIADE: 2004, 169)

Dentre os autores e adaptadores dessas histórias populares, os mais conhecidos são três. Charles Perrault, da França, publicou em 1697 o livro “Contos da Mamãe Gansa”, que trazia uma coletânea de narrativas populares folclóricas, entre as quais *A Bela Adormecida no Bosque* e *A Gata Borralheira*. Os irmãos alemães Jakob e Wilhelm Grimm relataram, entre 1812 e 1822, diversas narrativas populares no livro “Contos de fadas para crianças e adultos”, no qual se encontra, entre outras, a história *A Bela e a Fera* e *João e Maria*. Nos anos entre 1835 e 1872, Hans Christian Andersen lançou, na Dinamarca, a obra “Contos”, que o consagrou como o pai da literatura infantil, por ter

publicado histórias da cultura popular modificadas de acordo com o espírito do Romantismo, entre as quais estão *A Pequena Sereia* e *O Patinho Feio*. Depois destes principais escritores, muitos outros contaram e recontaram contos de fadas, mantendo a tradição das histórias pelo tempo – mesmo que modificadas ou adaptadas – e sua fascinação sobre as crianças.

A importância indiscutível de tais narrativas para o público infantil de todas as épocas deve-se ao fato de os contos transmitirem respostas para solução dos conflitos internos de cada criança, que ainda não aprendeu a lidar com os sentimentos e sensações que possui. Para citar um exemplo, ao mesmo tempo em que ama profundamente os pais, ela pode odiá-los intensamente. De acordo com o psicanalista Bruno Bettelheim, autor do livro “A Psicanálise dos contos de fadas”, a tarefa mais difícil e importante para a criança é encontrar significados para a vida, que são buscados, a cada idade, com base no quanto a mente se desenvolveu. Estes significados lhe são dados por meio da educação de seus pais e da herança cultural, a qual provém, principalmente, da literatura infantil.

Através da maior parte da história da humanidade, a vida intelectual de uma criança, fora das experiências imediatas dentro da família, dependeu das histórias míticas e religiosas e dos contos de fadas. Esta literatura tradicional alimentava a imaginação e estimulava as fantasias. Simultaneamente, como essas histórias respondiam às questões mais importantes da criança, eram um agente importante de sua socialização. (BETTELHEIM: 2008, 27)

Como as crianças necessitam de suportes de apoio para seu amadurecimento, os contos de fadas mostram-se perfeitamente úteis ao propósito porque representam fantasias tão primárias e originais quanto os próprios desejos e instintos infantis. Sendo assim, eles são absorvidos e compreendidos em nível inconsciente, auxiliando a criança em seu processo de organização e conhecimento do mundo.

Falam de suas graves pressões interiores de um modo que ela [a criança] inconscientemente compreenda e, sem menosprezar as lutas íntimas mais sérias que o crescimento pressupõe, oferecem exemplos tanto de soluções temporárias quanto permanentes para dificuldades prementes. (BETTELHEIM: 2008, 13)

Outro método que corrobora para a eficácia dos contos de fadas é a transmissão de narrativas verdadeiras de forma mascarada, com um pouco de absurdos, para que sejam compreendidas por quem não possui o entendimento abstrato da realidade.

Histórias “verdadeiras” sobre o mundo “real” podem fornecer alguma informação interessante e frequentemente útil. Mas o modo como essas histórias se desenrolam é tão alheio ao modo como funciona a mente da criança pré-pubescente quanto são os eventos sobrenaturais do conto de fadas em relação ao modo como o intelecto maduro compreende o mundo. (BETTELHEIM: 2008, 20)

Combinado às narrativas, o fato de os contos apresentarem histórias com personagens familiares à criança também contribui para seu êxito. Eles tratam da vida de pessoas comuns, ao contrário dos mitos, por exemplo, que igualmente expressam conflitos interiores de forma simbólica e propõem soluções para sua resolução, mas que pecam – no que diz respeito à absorção da atenção infantil – porque lidam com entidades divinas e heróis sobre-humanos.

Não há apenas semelhanças essenciais entre os mitos e os contos de fadas; há também diferenças que lhes são inerentes. Embora sejam encontrados em ambos as mesmas personagens e situações exemplares, assim como em ambos tenham lugar acontecimentos igualmente miraculosos, há uma diferença crucial na maneira em que são comunicados. Colocados de forma simples, o sentimento dominante que um mito transmite é: isso é absolutamente singular; não poderia ocorrer com nenhuma outra pessoa, ou em qualquer outro cenário; tais acontecimentos são grandiosos, inspiram admiração e não há possibilidade de que pudessem se dar com um mortal comum como eu ou você. A razão não está no fato de os acontecimentos serem miraculosos, mas sim em serem descritos como tais. Em contraste, embora os acontecimentos que têm lugar nos contos de fadas sejam com frequência inusitados e bastante improváveis, são sempre apresentados como comuns, algo que poderia acontecer a você, a mim ou à pessoa ao lado, num passeio pela floresta. Mesmo os mais notáveis encontros são relatados de maneira casual e cotidiana. (BETTELHEIM: 2008, 54)

Em resumo, os contos de fadas conquistam as crianças porque oferecem figuras nas quais elas podem externalizar seus sentimentos de modo controlável, podem ordenar suas tendências contraditórias. Por exemplo, através de uma bruxa, elas reconhecem seus desejos destrutivos; através de um lobo voraz, percebem seus medos; através de um homem sábio encontrado numa aventura, esclarecem as exigências de sua consciência. Deste modo, vão conhecendo o mundo, adquirindo confiança em si e amadurecendo.

2.2.2 - Histórias Disney e adaptação dos contos

Sem dúvida, a base nos contos de fadas é um dos fatores que garante o sucesso dos filmes Disney. Porém, é importante ressaltar que as produções da companhia são adaptações dos contos, e não transcrições. Desde o primeiro longa metragem, diversas histórias originais foram modificadas pela empresa para adequar a linguagem literária à cinematográfica, mas, principalmente, para que os filmes obedecessem a códigos morais de cada época em que foram produzidos e lançados, carregando consigo o “padrão Disney”.

As versões Disney dos contos de fadas enfatizam as virtudes das personagens e excluem das cenas elementos e passagens cruéis das narrativas originais, assim como ignoram o apelo sexual e político contido em muitas delas. No lugar dos finais tristes dos contos ou dos finais trágicos dos romances, a Disney oferece o clássico “viveram felizes para sempre...”, para atender aos anseios do público e cumprir o objetivo de entretenimento e diversão.

Nas telas do cinema, as dubiedades foram limadas. Os mocinhos eram só bondosos, os vilões só maus, as mortes eram suavizadas e o final feliz poupava o flagelo das bruxas e madrastas. Como o próprio Walt Disney ressaltava, suas histórias precisavam ganhar a empatia dos espectadores, serem alegres e divertidas. (PARMA: 2008, 6)

Para exemplificar a suavização aplicada sobre os contos de fadas originais, apresento uma das passagens finais de “A Branca de Neve e os Sete Anões”. No conto dos irmãos Grimm, a madrasta da princesa é obrigada a andar com sapatos de chumbo quentes até a morte; no desenho animado adaptado pela Disney, transfigurada em bruxa, a malvada cai de um penhasco no momento em que está tentando matar os anões, que a

perseguem depois que descobrem que ela atentou contra a protagonista. Já a história de Cinderela, extraída do conto de Charles Perrault, diz que as meia-irmãs da moça mutilam os dedos dos pés e os calcanhares para conseguirem calçar o sapatinho de cristal utilizado pelo príncipe para encontrar seu par, enquanto que na produção Disney, em uma cena engraçada, as meia-irmãs tentam forçar para que, no pequeno sapato, entrem seus pés grandes e desajeitados.

Ao adaptar obras literárias famosas em suas produções, a Disney transpõe uma forma de linguagem, a escrita do livro, a uma outra muito distinta, a das imagens, do cinema. Esse processo abre margem a uma adaptação ideológica que seja condizente com a ideologia (conservadora e moralizante) e com o público alvo da empresa, ocorrendo, dessa forma, alterações no enredo das histórias. (PARMA: 2008, 2)

Seja por meio de adaptações ou por meio de criação de enredo, é inegável que a Disney, mais do que uma companhia de entretenimento, é um importante veículo social de propagação de gostos e tendências, assim como de padrões que determinam o moral e o amoral, o digno e o indigno, o rico e o pobre, o príncipe e o ladrão, a princesa e a bruxa. Em verdade, a produtora atua dentro de um sistema reforçando os estereótipos que fazem parte da organização de todos os países e sociedades inseridos na cultura ocidental – e, inclusive, em outras culturas as quais a companhia já chegou.

Nos desenhos animados da Disney, encontra-se formas cristalizadas de representações que transpõem épocas. Nas produções, inclusive – a exemplo do que ocorre em todas as instâncias cinematográficas –, as representações são, muitas vezes, baseadas em diferentes etnias, como forma de deixar evidente as distinções entre o membro do grupo pertencente e o outro, membro do grupo estranho. No filme “O Corcunda de Notre Dame” (1996), por exemplo, existem ciganos que são caracteristicamente definidos de acordo com a idéia geral que a sociedade carrega deles: ladrões, nômades, ignorantes, hereges, indolentes e perigosos. Os europeus, por sua vez, na maioria das produções são considerados educados, refinados e belos, assim como os americanos são tidos como determinados, espertos e charmosos.

Reconhecidamente, sabe-se que uma das principais fontes de difusão de estereótipos é o cinema. Em uma obra dedicada à apresentação dos clichês, cenas obrigatórias, convenções e estereótipos tradicionalmente incluídos em obras

cinematográficas podem ser encontradas algumas referências de natureza étnica. Os idosos asiáticos, por exemplo, são representados sempre se comunicando através de aforismos. Os latinos são representados como exímios dançarinos de salsa, os russos como membros da KGB ou, se o filme for mais recente, como membros da máfia russa. Os feiticeiros ou doutores de almas dos grupos das culturas primitivas terão sempre a solução para todas as doenças, mesmo as incuráveis, e a eficácia do tratamento será uma consequência não apenas da sabedoria da intervenção, como também uma das expressões poéticas que o acompanha. Uma das modalidades de cena em que os estereótipos étnicos se manifestam de forma mais vigorosa nas obras cinematográficas envolve a representação de carregadores nativos em filmes ambientados nas selvas ou nas montanhas que, ao se aproximarem de um determinado local, se recusam terminantemente a prosseguir, fugindo em uma carreira desabalada sob a ameaça e o temor de se tornarem objeto de um tabu ou da feitiçaria emanada por seres sobrenaturais. (PEREIRA: 2002, 98)

Dada a constatação do poder de disseminação cultural da Walt Disney, o trabalho se foca em sua proposta: analisar a imposição às crianças e ao público em geral – que teve a infância banhada pelos padrões Disney – de um ideal de beleza feminina pelo discurso da companhia. A relevância de tal abordagem baseia-se na afirmação de que o reconhecimento da beleza está condicionado a formas estéticas fixadas e pré-estabelecidas cultural e socialmente. Através dos desenhos animados da Disney – e de outras tantas maneiras de representação feminina –, tais formas cristalizadas transpõem épocas e continuam em voga, influenciando gerações.

Para desenvolver tal análise, o trabalho tem como objeto de estudo as chamadas princesas Disney, que nada mais são do que a encarnação do padrão que a sociedade difunde de mulher bela. Como reforço ao ideal de beleza destas princesas, serão citadas as bruxas: a encarnação da feiúra, por sua vez. Antes de partir para a análise, entretanto, é importante mostrar que cada uma destas formas de representação – a da beleza e de seu oposto, a feiúra – está enquadrada em um campo de características e maneiras de percepção previamente arquitetadas. Ou seja, as formas de representação das princesas, assim como das bruxas, seguem uma estética fixada e imposta a toda a sociedade: trata-se de estereótipos. Antes da análise do objeto de estudo, então, é necessário

compreender o que são estereótipos, como eles se propagam e quais são suas influências.

2.3 - O lugar do estereótipo

No contexto de significados partilhados e transmitidos por discursos dominantes dentro de uma cultura, o estabelecimento de padrões e normas se dá, principalmente, pela percepção de limites, o que torna o procedimento mais efetivo. Stuart Hall esclarece que a cultura confere significado às coisas, pessoas, grupos, eventos, ressaltando a diferença existente em cada uma dessas instâncias e estabelecendo, a partir de então, um sistema classificatório destinado a ordenar o mundo. Como os binários de oposição oferecem diferenças claras, são bem-vindos a este sistema. Quando as coisas estão em categorias erradas ou quando perpassam entre diversas categorias, a cultura deve agir para manter sua lógica de significado único e de identidade estabelecidos por regras e códigos.

Se a sujeira está no jardim, tudo bem, mas, se está em um dos quartos, por exemplo, ela está “fora de lugar” – é um sinal de poluição, de fronteiras simbólicas sendo transgredidas, de tabus sendo quebrados. O que fazemos com “sujeira fora do lugar” é varrê-la para fora, restaurar a ordem.⁸ (HALL: 2003, 236)

Diante da complexidade e heterogeneidade que caracterizam o mundo, o esforço cognitivo no sentido de ordená-lo e simplificá-lo em sistemas e binários opostos também é destacado no âmbito da Psicologia pelo autor do livro “Psicologia social dos estereótipos”, Marcos Emanuel Pereira, que adiciona à discussão a questão da qualificação entre o grupo de identificação e o grupo estranho.

Tais idéias ordenadoras exigem a presença de uma série de crenças compartilhadas por um número substancial de indivíduos e amplamente disseminadas em alguns grupos sociais. Neste sentido, é impossível deixar de se reconhecer que estas crenças não apenas propiciam que os grupos humanos mantenham sua unidade, como também permitem que o indivíduo desenvolva e mantenha uma visão positiva de si próprio e do seu grupo,

⁸ _ Dirt in the garden is fine, but dirt in one's bedroom is 'matter out of place' – a sign of pollution, of symbolic boundaries being transgressed, of taboos broken. What we do with 'matter out of place' is to sweep it up, throw it out, restore the place to order, bring back the normal state of affairs.

sobretudo ao estabelecer um rígido contraste entre os seus próprios atributos positivos e os traços negativos reputados aos grupos externos. (PEREIRA: 2002, 36)

O diferente, então, é tomado como referência para o estabelecimento da identidade do grupo e da coesão daquele sistema social e cultural. Mas, como não é possível conhecer o outro em sua totalidade – para, então, julgá-lo com exatidão –, os discursos e formas de representação social e cultural funcionam como um instrumento que provoca um “dispositivo de economia semiótica”, estado em que as pessoas adotam uma espécie de “economia do esforço”, conceito explicado por Lippmann, no livro “Opinião Pública”. De acordo com o autor, como as pessoas não têm tempo nem oportunidade para conhecerem o outro intimamente, elas observam um traço que marca um tipo conhecido e preenchem o resto da imagem com significados culturais que trazem consigo. “Há uma economia nisso. A tentativa de ver todas as coisas de uma nova maneira e em detalhe, mais do que tipos e generalidades, é exaustiva, e nos assuntos muito intensos praticamente fora de questão” (2008, 90).

A análise então parte destas limitações mais ou menos externas para a questão de como este “pinga-pinga” de mensagens do exterior é afetado pelas imagens arquivadas, os preconceitos e prejuízos que interpretam, preenchem e dirigem poderosamente o transcurso de nossa atenção e de nossa visão. (LIPPMANN: 2008, 41)

Seguindo este pensamento, é possível afirmar que o julgamento daquele que é diferente está amparado no sistema cultural, de forma que precede a razão e o questionamento humano. Pode-se constatar, portanto, que cada pessoa estabelece um julgamento prévio das situações com base nos parâmetros que sua cultura determinou, ou seja, a pessoa inicialmente define e imagina o mundo observando-o apenas em seguida, conforme explica Pereira.

Consequentemente, os seres humanos, regidos por uma espécie de economia do esforço, já ostentariam uma opinião sobre as coisas antes mesmo de observá-las, ordenando o mundo de acordo com os códigos que a cultura oferece para descrevê-lo e interpretá-lo. E tais códigos, transmitidos de geração em geração, seriam invasivos o suficiente para favorecer a expressão dos estereótipos, que teriam a função, claramente

conservadora, de defender as tradições culturais e as posições sociais. (PEREIRA: 2002, 33)

O procedimento de generalizar o outro a partir de pré-conceitos é conhecido como estereotipização, uma forma de percepção a qual precede a razão, que “impõe certo caráter nas informações do nosso sentido antes que as informações atinjam a inteligência” (LIPPMANN: 2008, 98), “defendendo as pessoas na sociedade, preservando-as de todo efeito desconcertante de tentar ver firmemente o mundo e vê-lo completamente” (LIPPMANN: 2008, 111). Ou seja, baseadas em tais formas de percepção, as pessoas ajustam os fatos que vêm aos códigos culturais que partilham, como explica Lippmann: “Na verdade, nossos cânones determinam em grande medida o que devemos perceber e como” (2008, 116).

O processo de estereotipização consiste em cristalizar pensamentos, condutas e relações; propagar fórmulas de representação amparadas em um discurso dominante e pré-concebido com vistas a padronizar conceitos, gostos e formas de ver a si mesmo, o outro e o mundo, através da reprodução massiva dos significados de fácil reconhecimento e pertencentes ao senso-comum. Estas formas de representação social criam um discurso através do qual as pessoas se identificam, identificam o outro e amparam sua base cognitiva, não apenas de reconhecimento, mas também de julgamento do ser e estar em sociedade.

Esta filosofia é mais ou menos uma série organizada de imagens para descrever o mundo não visto. Mas não somente para descrevê-lo. Para julgá-lo também. E, portanto, os estereótipos estão carregados de preferência, cobertos de afeto ou aversão, ligados aos temores, aversez, fortes desejos, orgulho, esperança. (...) não estudamos um homem para julgá-lo como mau. Vemos um homem mau. Vemos uma manhã de orvalho, uma donzela, avermelhada, um santo padre, um inglês bem-humorado, um perigoso vermelho (...). (LIPPMANN: 2008, 115)

No entanto, a identificação e caracterização do outro é feita de forma simplista, conforme atesta Lippmann: “Somente diferenças grosseiras de tamanho ou cor são percebidas por um estrangeiro num rebanho de ovelhas, cada qual perfeitamente individualizada pelo pastor” (2008, 84). Quando se constitui estereótipos, na verdade, quem julga toma um traço evidente e comum em membros de determinado grupo e

impõe este traço como característica de reconhecimento do outro. Esta é a fórmula para dar sentido ao que não se conhece: “(1) *precisão e distinção* e (2) *consistência ou estabilidade* de significado no que de outra forma é vago e inconstante” (LIPPMANN: 2008, 84).

(...) os estereótipos se formam através da observação dos comportamentos apresentados pelos membros do grupo estereotipado, em especial com padrões de comportamento tipicamente associados com as expectativas em relação ao papel desempenhado pelos membros do grupo estereotipado. Assim, se observadores tiverem poucas oportunidades de observar diretamente o comportamento dos membros de um determinado grupo social, as observações restringir-se-ão aos padrões de comportamento apresentados nas circunstâncias em que eles são retratados pelos meios de comunicação de massa. (PEREIRA: 2002, 98 e 99)

Na concepção do outro, então, a regra que vale é: tomar uma única característica e basear todo o julgamento a partir dela. Tal visão daquele que não se conhece está amparada em cânones fixados e inquestionáveis, tanto que, dentro de determinado sistema simbólico, se um membro atreve-se a contradizer um estereótipo, sua fala é marginalizada. Ou seja, se a experiência contradiz o estereótipo, o membro do grupo despreza a contradição como uma exceção que prova a regra, desacredita a testemunha, encontra uma falha em algum lugar, e trata de esquecê-lo.

E uma vez que meu sistema moral se apóia em minha versão aceita dos fatos, aquele que nega tanto meus julgamentos morais ou minha versão dos fatos é para mim perverso, estranho, perigoso. Como devo considerá-lo? O oponente tem sempre que ser explicado, e a última explicação que sempre procuramos é que ele vê um conjunto distinto de fatos. Tal explicação evitamos, porque ela enfraquece o fundamento de nossas certezas que temos cultivado firmemente ao longo da vida cultivado plenamente. (LIPPMANN: 2008, 120)

O poder de tal construção simbólica reside, principalmente, no fato de os estereótipos serem considerados algo natural, previsível e inquestionável: uma verdade absoluta, com sistemas de valores específicos. Esta “verdade” é tida como uma tradição, uma herança de conhecimentos transmitidos de geração em geração, através de lendas,

fatos, doutrinas, costumes, hábitos etc., durante um longo espaço de tempo. É ela que une as pessoas em um mundo comum, reconhecível e compartilhado.

Há uma imagem do mundo mais ou menos ordenada e consistente, a qual os nossos hábitos, nossos gostos, nossas capacidades, nossos confortos e nossas esperanças se ajustaram. Elas podem não ser uma imagem completa do mundo, mas são uma imagem de um mundo possível ao qual nós nos adaptamos. Naquele mundo as pessoas e as coisas têm seus lugares bem conhecidos, e fazem certas coisas previsíveis. Sentimo-nos em casa ali. Enquadramo-nos nele. Somos membros. Conhecemos o caminho em volta. Ali encontramos o charme do que é familiar, o normal, o seguro; seus bosques e formas estão aonde nos acostumamos a encontrá-los. (LIPPMANN: 2008, 98)

A classificação do outro a partir da crença de que a diferença é inerente à vontade humana também é explicada por Hall. Segundo ele, o rótulo de “natural”, tradicional, mantém os tipos fixados através do tempo e fortes o suficiente para combater até mesmo aspectos culturais modernos ou a vontade de pessoas, grupos, instituições, em promover modificações no sistema de crença enraizado culturalmente.

A lógica por trás da naturalização é simples. Se as diferenças entre pessoas negras e brancas são “culturais”, então elas são sujeitas a modificações. Mas, se as diferenças são “naturais” – como os donos de escravos acreditavam – elas estão além da história, permanentes e fixadas. “Naturalização”, então, é uma estratégia de representação destinada a fixar “diferenças”, e assegurá-las através do tempo, resguardando discursos ou padrões ideológicos.⁹ (HALL: 2003, 245)

Em resumo, estereótipos são regimes de representação que reduzem o outro a poucas características, simplificadas e fixadas como naturais. Quando se estereotipa o outro, ele permanece cristalizado sob alguns aspectos que passam a ser utilizados como único – ou, no mínimo, principal – elemento em sua representação. Neste ponto,

⁹ _ The logic behind **naturalization** is simple. If the differences between black and white people are ‘cultural’, then they are open to modification and change. But if they are ‘natural’ – as the slave-holders believed – then they are beyond history, permanent and fixed. ‘Naturalization is therefore a representational strategy designed to *fix* ‘difference’, and thus secure it *forever*. It is an attempt to halt the inevitable ‘slide’ of meaning, to secure discursive or ideological ‘closure’.

entretanto, é necessário fazer uma distinção entre tipos estabelecidos e estereótipos fixados. De acordo com Hall, os tipos são necessários ao regime social porque eles organizam um sistema classificatório culturalmente partilhado, permitindo aos membros de um grupo classificar e ordenar as coisas dentro de um sistema. Já os estereótipos, são modos simplistas que reduzem o outro a um mínimo de referências.

Nossa imagem sobre quem a pessoa “é” é construída com a informação que acumulamos a partir do posicionamento dele/dela em diferentes sistemas de tipificação. Em grande parte, então, ‘um *tipo* é qualquer simples, vivida, memorável, facilmente percebida e amplamente reconhecida característica em que poucos traços são postos em primeiro plano e que se ‘desenvolve’ com base em um mínimo. Qual, então, é a diferença entre um *tipo* e um *estereótipo*? *Estereótipos* tomam estas simples, vividas, memoráveis, facilmente percebidas e amplamente reconhecidas características sobre uma pessoa, *reduzem* tudo sobre a pessoa a estes traços, os *exageram* e *simplificam*, e *fixam* eles sem possibilidade nenhuma de mudança.¹⁰ (HALL: 2003, 257 e 258)

O efeito que os estereótipos provocam na sociedade é, principalmente, a criação de generalidades e o preconceito em relação ao outro (*outgroup*), o que não faz parte do grupo (*ingroup*). Os membros do *outgroup* são classificados em tipos representacionais, geralmente polarizados: bom-ruim, feio-atraente, homem-mulher, moral-imoral, bem-sucedido-fracassado. É através desta forma de organização em relação ao outro, que os membros do *ingroup* delimitam fronteira e estabelecem distinções.

Este é outro modo de dizer que imagens não carregam significados por si só. Elas acumulam significados, ou jogam seus significados contra o outro, por meio da variedade de textos e mídias existentes. Cada imagem carrega o seu próprio significado específico. Mas no nível abrangente de como a “diferença” e o “outro” é representado e compreendido em uma cultura particular num determinado momento, nós encontramos práticas

¹⁰ Our picture of who the person ‘is’ is built up out of the information we accumulate from positioning him/her within these different orders of typification. In broad terms, then, ‘a *type* is any simple, vivid, memorable, easily grasped and widely recognized characterization in which a few traits are foregrounded and change or ‘development’ is kept to a minimum. What, then, is the difference between a *type* and a *stereotype*? *Stereotypes* get hold of the few ‘simple, vivid, memorable, easily grasped and widely recognized’ characteristics about a person, *reduce* everything about the person to those traits, *exaggerate* and *simplify* them, and *fix* them without change or development to eternity.

representacionais padronizadas e figuras sendo repetidas, com variações, a partir de um texto ou lugar de representação do outro¹¹. (HALL: 2003, 232)

Neste campo de formação de estereótipos e diferenciação de poder, então, estabelece-se, inevitavelmente, uma prática de exclusão. Aproximando a discussão teórica do objeto de estudo, diz-se que esta exclusão é referente às formas de representação feminina que não se enquadram ao padrão estético imposto pela sociedade e propagado através da Disney. Ou seja, quem não é bela e bondosa, é rejeitada ou, no máximo, digna de compaixão – nunca um ideal a ser seguido, nunca uma princesa.

No próximo capítulo, serão analisadas as principais características das princesas dos desenhos animados de Disney: Branca de Neve, Aurora, Cinderela, Ariel, Bela, Jasmine, Pocahontas e Mulan. Também serão avaliadas as bruxas más, como contraponto ao ideal das protagonistas. É válido adiantar que o universo de representação feminina das princesas da corporação é a fonte e, ao mesmo tempo, o espelho dos padrões socialmente propagados.

¹¹ _ This is another way of saying that images do not carry meaning or ‘signify’ on their own. They accumulate meanings, or play off their meanings against one another, across a variety of texts and media. Each image carries its own, specific meaning. But at the broader level of how ‘difference’ and ‘otherness’ is represented in a particular culture at any one moment, we can see similar representational practices and figures being repeated, with variations, from one text or site of representation to another. (...) We may describe the whole repertory of imagery and visual effects through which ‘difference’ is represented at any one historical moment as a *regime of representation*.

3 - PRINCESAS NO MUNDO DISNEY E NA VIDA REAL

Gisele Bunchem, Xuxa, Angelina Jolie, Lady Diana – e, por que não, Barbie? – são personalidades consideradas beldades. O que estas mulheres e formas de representação feminina têm em comum é um padrão de beleza: altas, magras, de pele e olhos claros, cabelos sedosos, nariz afilado, mãos delicadas. Este arquétipo é o estereótipo que a sociedade criou e difunde para determinar uma mulher bela. Tal padrão físico é perseguido incessantemente por meninas, jovens, adultas, e deve ser conquistado a qualquer custo.

Durante a última década, as mulheres abriram uma brecha na estrutura do poder. Enquanto isso, cresceram em ritmo acelerado os distúrbios relacionados à alimentação, e a cirurgia plástica de natureza estética veio a se tornar uma das maiores especialidades médicas. Nos últimos cinco anos, as despesas com o consumo duplicaram, a pornografia se tornou o gênero de maior expressão, à frente dos discos e filmes convencionais somados, e trinta e três mil mulheres americanas afirmaram a pesquisadores que preferiam perder de cinco a sete quilos a alcançar qualquer outro objetivo. (...) Pesquisas recentes revelam com uniformidade que em meio à maioria das mulheres que trabalham, têm sucesso, são atraentes e controladas no mundo ocidental, existe uma subvida secreta que envenena nossa liberdade: imersa em conceitos de beleza, ela é um escuro filão de ódio a nós mesmas, obsessões com o físico, pânico de envelhecer e pavor de perder o controle. (WOLF: 1992, 12)

Naomi Wolf, escritora feminista estadunidense, atesta que a beleza feminina sempre foi um atributo político imposto pelos homens para o controle das mulheres nas sociedades. De acordo com ela, o “mito da beleza” está relacionado às instituições masculinas e ao poder institucional dos homens, funcionando como uma espécie de controle “quando ocorre uma perigosa libertação das mulheres de repressões de natureza material” (WOLF: 1992, 16 e 17). Ou seja, quando o valor social básico que as mulheres possuem deixa de ser referido à “domesticidade virtuosa” e passa a ser definido pela “beleza virtuosa”, estabelece-se uma nova forma de controle sobre elas, agora amparada em padrões estéticos.

Seja de caráter político ou não, o fato é que o “mito da beleza” sempre existiu e sempre perseguiu as mulheres nas sociedades. Seu atual arsenal consiste na

disseminação de milhões de imagens do ideal em voga (WOLF: 1992, 20), por indústrias culturais, corporações de mídia, indústrias de dieta, de cosméticos, de vestimenta, centros de estética, de cirurgia plástica e outras tantas. De acordo com Wolf, mercados inteiros alimentam-se da necessidade imposta à mulher de conquistar um corpo condizente com o ideal disseminado.

E a alucinação inconsciente adquire influência e abrangência cada vez maiores devido ao que hoje é uma consciente manipulação do mercado: indústrias poderosas – a das dietas, que gera 33 bilhões de dólares por ano, a dos cosméticos, 20 bilhões de dólares, a da cirurgia plástica estética, 300 milhões de dólares e a da pornografia com seus sete bilhões de dólares — surgiram a partir do capital gerado por ansiedades inconscientes e conseguem por sua vez, através da sua influência sobre a cultura de massa, usar, estimular e reforçar a alucinação numa espiral econômica ascendente. (WOLF: 1992, 21)

Entre os ideais de beleza propagados culturalmente estão as imagens das chamadas princesas Disney. A beleza física de tais personagens foi construída com base em um padrão que encanta, de corpos delicados, belos e bem dispostos, rostos perfeitos e os cabelos impecáveis. Estas características são encontradas em Helene Stanley, a norte-americana que, durante 14 anos, serviu de inspiração para que os estúdios Walt Disney criassem algumas de suas protagonistas, mais tarde imortalizadas como as princesas Disney.

É interessante notar que as personagens da corporação marcam lugares específicos de gênero, raça e posição social; estabelecem limites entre a beleza e a feiúra, ou, de forma mais abrangente, da maneira como são representadas, elas determinam tanto o espaço do “eu” quanto o espaço do “outro”, disseminando e fortalecendo, ao mesmo tempo, um sistema simbólico e classificatório destinado a ordenar a cultura, colocar cada objeto e sujeito em seu devido lugar (HALL: 2003, 236). Fica claro que tais personagens são representações de discursos dominantes na sociedade, com poder suficiente para estabelecer padrões a serem seguidos e a serem discriminados, ou seja, com autoridade para propagar estereótipos fixados socialmente.

Neste contexto, em referência à aparência física, é possível afirmar que a beleza das princesas Disney se manifesta por um padrão estipulado pelo sistema simbólico cultural e imposto a todos os seus membros: o das mulheres norte-americanas e

européias. Este tipo de representação traz implicações diversas nos modos de percepção da beleza. Tamanha é a força da aparência das protagonistas que, nas produções analisadas, é este atributo que delimita os sucessos e fracassos das personagens nas narrativas. Paola Gomes, pesquisadora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, explica a importância da imagem sobre nossas formas de visão e compreensão dentro de um sistema simbólico: “Quando o valor da vida passa a ser medido por imagens e a aparência se torna a garantia para a ocupação de certos lugares, o que vemos pesa sobre o que sentimos e ganha importância em nossos critérios de julgamento”¹².

Este trabalho tratará do campo das princesas Disney e de suas formas de representação. Neste universo, o padrão de beleza faz surgir dois grupos distintos de protagonistas: o grupo das “princesas clássicas de Disney” (Branca de Neve, Aurora, Cinderela, Ariel e Bela) e o das aqui denominadas “princesas renegadas” (Jasmine, Pocahontas e Mulan). Ora, por que a distinção, se ambas são belas? A resposta vem nas páginas seguintes.

3.1 - As princesas clássicas de Disney



Branca de Neve - “Branca de Neve e os Sete Anões” foi o primeiro longa-metragem produzido pela Walt Disney, em 1937. A protagonista, de *lábios como a rosa, cabelos como o ébano, pele branca como a neve* (parte retirada do filme), tem sua vida ameaçada por uma rainha malvada e ciumenta, a madrasta que quer matar a enteada para eliminar sua beleza. Fugindo do perigo, Branca de Neve encontra sete anões que a escondem e protegem. Ao final da história, acometida pela maldição da bruxa má na qual sua madrasta se transformou, a menina é salva pelo príncipe, com quem se casa e vive feliz.

¹² _ GOMES, Paola. Disponível em <http://www.lab-eduimagem.pro.br/frames/seminarios/pdf/elpaogom.pdf>. Acesso em: 02.03.2009.



Cinderela - Depois do sucesso de Branca de Neve, a Disney retomou a fórmula que conquistou pessoas no mundo inteiro. “Cinderela” foi produzido em 1950, época em que a companhia passava por momentos financeiros difíceis, o que influenciou a produção: os visuais de Cinderela são mais simples do que os vistos em obras anteriores e a animação dos personagens está presa às limitações das referências com atores reais. Cinderela, filha de um rico comerciante, fica órfão e cai sob a custódia de sua madrasta, que – diferente da maioria das vilãs, por não possuir poderes mágicos – transforma a menina em empregada. Invejada por sua beleza, ao final da história Cinderela tem sua condição transformada: com a ajuda de seus amigos animais e da fada madrinha, conquista o príncipe e tem seu final feliz.



Aurora - “A Bela Adormecida” foi lançado em 1959, apresentando uma jovem linda de cabelos dourados. Ao nascer, a princesa Aurora sofre a maldição de uma bruxa, que a condena a um sono profundo destinado a concretizar-se quando completar seus 16 anos. Depois de muita ação, a salvação, seguida pelo famoso final feliz, vem com o beijo doce do príncipe Filipe. O filme, de 75 minutos, foi o longa de animação mais caro dos estúdios Disney até então produzidos. Entre os destaques, estão as canções românticas adaptadas do balé “A Bela Adormecida”, do russo Tchaikovsky.



Ariel - A princesa de “A Pequena Sereia”, que chegou aos cinemas em 1989, é a mais bela entre as irmãs. Filha caçula do Rei Tritão, comandante dos sete mares, a ruivinha atrevida firma um pacto com a bruxa do reino para ganhar pernas e correr atrás do príncipe humano por quem se apaixonou. Esta produção foi a última animação da Disney a ser feita com desenho à mão. Em sua confecção foram utilizadas mais de mil cores diferentes e mais de um milhão de desenhos, representando as diversas cenas do filme.



Bela - A protagonista de “A Bela e a Fera”, lançado em 1991, é uma jovem atraente e inteligente, que foge da rotina tediosa de sua vida na aldeia se refugiando nas histórias maravilhosas dos livros que lê seguidamente. Obrigada a entregar-se a uma Fera para salvar a vida do pai, Bela descobre o amor onde menos espera, quebra o feitiço que condenou o príncipe a viver sob a aparência de um monstro e tem seu final feliz e encantado. O filme foi o primeiro e único longa-metragem de animação da história a receber uma indicação para o Oscar de Melhor Filme da Academia de Artes e Ciências Cinematográficas de Hollywood.

Percebe-se que a característica central que marca as princesas clássicas de Disney se repete nas protagonistas, independentemente da época. A fórmula “bom comportamento + beleza” é o que as tornam dignas de sustentar o título que possuem – assim como das várias formas de representação de “princesas” que existem no mundo e fazem parte do imaginário social. No quesito comportamento, estão embutidos a bondade, o sacrifício, a generosidade e a simpatia que toda princesa deve apresentar. Junto com as virtudes, o padrão físico – determinado pelo modelo do corpo, cânones estéticos, influência dos figurinos e dos penteados, traços – e toda uma gama de gestualidades e posturas cênicas garantem a delicadeza. O que fica claro é que a força da influência imagética das princesas está, principalmente, no ideal de mulher jovem e bonita: sempre branca, ocidental, magra, esbelta, de pele aveludada, de nariz pequeno, andar gracioso, voz agradável, dedos afilados, cabelos sedosos e abundantes, e heterossexual, claro.

3.1.1 - Evolução no comportamento

É interessante notar que, no caso das princesas clássicas, a Disney aplicou um ideal de heroína feminina de acordo com os discursos vigentes em cada período em que surgiram suas protagonistas. A figura arquetípica da cultura popular de tradição oral – herdada dos contos de fada – foi se transformando no decorrer do tempo, revestida por diversas formas de representação, sob influência de alguns fatores. Entre eles, destaca-se o movimento feminista, que buscava promover os direitos e interesses das mulheres

na sociedade civil, reivindicando reconhecimento e igualdade na sua condição e em suas relações. Existente há tempos, tal movimento se organiza e atua em diferentes frentes pela história e pelo contexto social no qual está inserido.

Grosso modo, desde a Grécia Antiga e o Império Romano a mulher é tida como suporte à vida do homem, cabendo a este as atividades públicas e a elas, apenas os afazeres domésticos. No século XVIII, a partir de revoluções (como a Francesa), os partidos de esquerda da Europa Ocidental permitem a adesão de mulheres como reforço aos membros e aumento da força humana. Apesar de ganharem espaço na vida pública – “redigiram manifestos, mobilizaram-se em motins contra a carestia, participaram dos principais eventos da Revolução, formaram clubes políticos” (ALVES; PITANGUY: 2003, 34 e 35) –, as mulheres ainda tinham que lutar por melhores condições, justamente no momento de circulação de ideais do Iluminismo e de seus valores de igualdade, liberdade e fraternidade.

No século XIX, a aliança com os movimentos operários dá espaço às mulheres para reclamarem a respeito de sua condição de exploradas no exercício do trabalho, na esfera da Revolução Industrial. Nesta época, ao passo em que denunciavam sua condição como trabalhadoras, elas também lutavam pelo direito de voto – concedido por critérios de sexo, raça e renda –, que chegaria no século seguinte.

O início do século XX marca alguns avanços importantes: a partir da década de 1930, com o desenrolar das grandes Guerras Mundiais, as mulheres assumem postos de trabalho anteriormente restrito a homens, substituindo-os quando estes precisam deixar seus cargos para atuar nos confrontos bélicos. No entanto, é a partir da década de 1970 que elas consagram suas conquistas profissionais, e mais: destacam-se na crítica da mídia – em que feministas rejeitavam as imagens de mulher subordinada nas *soap operas* –, assumem o controle sobre seus corpos e experimentam relativa liberdade sexual, ideais propostos pelos movimentos *hippies*.

É neste momento histórico de contestação e luta que o feminismo ressurgiu como movimento de massas que passa a se constituir, a partir da década de 70, em inegável força política com enorme potencial de transformação social. (ALVES; PITANGUY: 2003, 58).

A influência dos movimentos feministas abarcou grande parte da sociedade, motivo pelo qual a empresa de Walt Disney teve de adaptar seus personagens e enredos

até então produzidos. Neste momento, em torno da década de 1970, ocorre uma mudança significativa no padrão dos filmes com protagonistas mulheres.

Nos primeiros desenhos analisados, as princesas Branca de Neve e Cinderela não têm atitude para resolverem seus conflitos. Elas são passivas e dedicadas às atividades domésticas, embora estas atividades se dêem sempre com graciosidade e delicadeza. Tais posturas são condizentes com os ideais de comportamento feminino das épocas em que os filmes foram produzidos e veiculados: 1937 e 1950, respectivamente.

No caso da *Bela Adormecida* (1959), começa a haver uma mudança de hábitos. A personagem não se dedica a atividades de casa, apenas desfruta dos prazeres que lhe convém. Tais tarefas são executadas através de magia por três fadas, deixando de lado a atribuição da limpeza como um serviço feminino obrigatório. No entanto, apesar disso, ela ainda é submissa às situações: a princesa Aurora quase não tem presença no filme; na primeira parte da história, sua vida se passa em um campo e as fadas determinam o que ela pode ou não fazer; na segunda parte, ela apenas dorme, bela, deixando toda a atitude contra o mau e a luta pelo amor a cargo do príncipe.

Aliás, a fragilidade e submissão feminina no caso destes três filmes ficam claras com a dependência das princesas em relação aos príncipes, que salvam a vida das respectivas amadas. Branca de Neve e Aurora despertam da morte e do sono profundo pelo beijo de seus pares. Cinderela conquista sua felicidade e seu casamento porque o príncipe foi atrás da donzela, dona do sapatinho de cristal, por quem havia se apaixonado.

No entanto, esta fórmula de sucesso, que apresenta mulheres “belas, graciosas e submissas” deixou de ser veiculada em certo tempo. Depois da estréia de “Branca de Neve e os Sete Anões”, “Cinderela” e “A Bela Adormecida”, a Disney interrompe durante trinta anos a produção destes tipos de filmes. Em vez de protagonistas femininas, a companhia oferece, nas décadas de 1960, 1970 e 1980, desenhos cujos personagens são animais, como “101 Dálmatas” (1961), “Mogli, o menino lobo” (1967), “Bernardo e Bianca” (1977), “Dumbo” (1981), “Oliver e sua turma” (1988). Coincidência ou não, a interrupção se deu no momento em que mulheres saíam às ruas para reivindicar seus direitos de igualdade e oportunidades, momento em que o comportamento das princesas Disney não era condizente com a realidade de luta feminista.



Apenas em 1989, aparece mais uma princesa, que, desta vez, chega para inaugurar uma nova era das protagonistas dos filmes da corporação: Ariel (“A Pequena Sereia”) nasce aos moldes da rebeldia adolescente dos anos 80. Desobediente e determinada, a sereia é caracterizada por não se curvar a ordens a ela dadas, nem mesmo as de uma figura masculina de grande importância, seu pai e rei dos mares, o Tritão.

Dois anos depois, é a vez de Bela, do longa “A Bela e a Fera” (1991). A personagem é independente, segura de si e inteligente. Diferenciada de todas as mulheres da vila em que vive, na França, Bela é a única que cultiva o ato da leitura e que não se submete à dominação masculina, o que fica claro quando, por diversas vezes, rejeita os pedidos de casamento de Gastão, o homem mais cobiçado da localidade.

O que fica evidente nas histórias das princesas Ariel e Bela é a representação de um novo papel de mulher: determinada, inteligente e corajosa. Embora desejem o amor, as heroínas são mais independentes, dinâmicas, presentes nas decisões. Nenhuma delas aparece em cena arrumando casa e as duas correm atrás do seu par romântico – e, inclusive, salvam os homens: Ariel o faz literalmente, quando evita que o príncipe Érike se afogue no mar; e Bela faz isso indiretamente, quando salva o príncipe da maldição que recaiu sobre ele e possibilita que sua verdadeira aparência substitua a de Fera.

3.1.2 - O contraponto: as bruxas

Nas narrativas das princesas clássicas, reina a oposição entre tipos representacionais que atuam com força total na constituição do sujeito e do outro. A alteridade é toda baseada nos vilões que apimentam os desenhos: ao contrário da princesa – bela, bondosa, um exemplo a ser seguido –, o malvado é sempre feio e repugnante. Com este sistema simplificado de representação, o público, em especial as crianças, vai adquirindo eficazmente os valores da sociedade, mesmo que, a princípio, tais valores estejam sustentados por um maniqueísmo simplista. A diferença é utilizada

para manter a desigualdade, ou seja, a superioridade de um em prol da inferioridade de outro, o domínio da beleza sobre a feiúra.

No caso dos desenhos animados clássicos de princesas, a oposição entre formas canonizadas de representação fica ainda mais evidente por se tratar da diferença entre dois personagens femininos, e não entre personagens de gêneros distintos: trata-se da dualidade princesa *versus* bruxa. Desprovidas de boa aparência – ao menos da aparência que cabe a uma princesa –, as vilãs dos desenhos clássicos de Disney são sempre feias, disformes, caricaturadas, mal-amadas, solitárias, entediadas e invejosas. São, de fato, o “outro”, o contraponto à imagem ideal.



Tremaine, Anastasia e Grizela



Úrsula



Malévola



Madrasta de Branca de Neve

A madrasta de Cinderela e suas meia-irmãs, Sra. Tremaine, Anastasia e Grizela, são feias e não têm graciosidade. Os rostos possuem rugas, as peles são mais escuras, os narizes tortos e as bocas encurvadas para baixo. A oposição dos traços da protagonista aos das vilãs é o motivo pelo qual toda a trama se desenrola, baseada na inveja que as três personagens más sentem de Cinderela.

Em relação à princesa Ariel, o outro é representado ainda mais caracteristicamente: Úrsula, a bruxa do mar que desafia a pequena sereia, tem movimentos sempre sensuais, formas arredondadas ao extremo e cores escuras, dando a impressão de um monstro.

No caso de “A Bela Adormecida”, embora magra e alta, Malévola compartilha as mesmas cores que Úrsula: a malvada causadora dos problemas de Aurora veste-se de preto, com sombras roxas e possui cabelos que se arrumam em forma de chifres sobre a testa, os quais, ao final da trama, constituem parte da cabeça de um dragão, no qual ela se transforma.

No âmbito das vilãs “aparentáveis” está a madrasta de Branca de Neve; no entanto, embora seja bonita, ela não apresenta o tipo físico de uma princesa: com cabelos e olhos escuros, se cerca de sombra e, para deixar transparecer sua feiúra

interna, no momento de ira incontrolável, transfigura-se em bruxa velha e disforme, com um nariz enorme e uma verruga em cima dele.

Neste universo do estereótipo das protagonistas, outra questão crucial que delimita o campo das princesas e estabelece a oposição em relação às bruxas é a concretização do amor, diretamente relacionada aos cânones estéticos. É a beleza que regula a possibilidade de a heroína amar e ser amada nos filmes em que a satisfação plena vem com o romance. Sob a mesma lógica, a feiúra das bruxas – de onde, na maioria dos desenhos deriva sua maldade – é instrumento de proibição de qualquer relacionamento amoroso. A mensagem passada nos desenhos clássicos da Disney é a de que a beleza, ao lado do bom comportamento, é o quesito indispensável para uma vida feliz e prazerosa. É esta característica física que determina quem merece amar e ser amada e quem deve ficar sozinha e amargurada.

O mito da beleza tem uma história a contar. A qualidade chamada "beleza" existe de forma objetiva e universal. As mulheres devem querer encarná-la, e os homens devem querer possuir mulheres que a encarnem. Encarnar a beleza é uma obrigação para as mulheres, não para os homens, situação esta necessária e natural por ser biológica, sexual e evolutiva. Os homens fortes lutam pelas mulheres belas, e as mulheres belas têm maior sucesso na reprodução. A beleza da mulher tem relação com sua fertilidade; e, como esse sistema se baseia na seleção sexual, ele é inevitável e imutável. (WOLF: 1992, 14 e 15)



Branca de Neve



Cinderela



Aurora



Ariel



Bela

3.2 - As princesas renegadas

Conforme visto, a força da influência imagética do estereótipo das princesas clássicas de Disney reside, em grande parte, em seu contraponto: as bruxas. O feio reforça o belo, assim como o repugnante torna o delicado mais desejoso. No entanto, não é necessária apenas uma situação de extremo oposto para dar força ao estereótipo das princesas clássicas de Disney. Este tópico mostrará um campo de representação feminina que de forma sutil, igualmente reforça os padrões de beleza que a corporação defende e propaga, com o aval das culturas americana e européia, basicamente. Agora, é a vez de tratar das princesas Disney nem tão princesas assim... (aqui denominadas princesas renegadas).



Papel de destaque no filme “Aladim”, produzido em 1992, **Jasmine** é uma jovem árabe bonita e educada, sem falar que é da realeza, filha única do sultão de Agrabah. Obrigada a casar-se até o seu próximo aniversário – não gostando de nenhum pretendente que lhe corteja –, Jasmine foge do palácio e encara, pela primeira vez em sua vida, os perigos da cidade. É nesta aventura que encontra Aladdim, o “ladrão cheio de piolhos” com quem protagoniza o desenho animado. Depois dos percalços que a trama impõe, o filme termina com a união da princesa árabe e de Aladdim, o qual assume o trono do rei.



Em 1995, é a vez de **Pocahontas**, personagem do filme homônimo, ganhar as telas. A protagonista é uma índia jovem, bela, corajosa e repleta de outras virtudes. Filha do pagé da tribo da qual se origina, ela mostra-se uma heroína nata, ao mediar a relação entre sua tribo e os colonizadores do Novo Mundo. A narrativa traz uma história de amor que se desenlaça quando a heroína encontra o capitão inglês John Smith, pelo qual se apaixona e junto com o qual atua tentando evitar uma guerra entre os dois mundos.



Depois das duas, em 1998, veio a chinesinha do longa “Mulan”. Filha de um casal tradicional, **Mulan** arrisca sua vida para salvar a de seu pai, impossibilitado de servir ao exército por um defeito na perna. Ela veste-se de homem e atende ao chamado das tropas do governo para ir à guerra. No decorrer da história, com sua bravura e coragem, livra o império chinês dos invasores e, com sua beleza, ainda leva de quebra o melhor partido do momento, o comandante Chang.

3.2.1 - Cada realeza em seu reino

Uma prévia da história de cada um desses filmes mostra que suas personagens femininas apresentam os requisitos que consagram as princesas Disney – principalmente as produzidas a partir da década de 1980, que não são submissas às situações. No entanto, se têm sentimentos exemplares, bom comportamento e beleza, por que não enquadrá-las no mundo mágico das princesas clássicas da corporação? A resposta é direta, embora possa passar despercebida pela grande maioria do público: nenhuma delas sustenta o título tão aclamado porque, apesar de bondosas, generosas, belas, magras e heterossexuais, não têm pele branca e descendência ocidental.



Jasmine



Pocahontas



Mulan

É interessante notar que as três protagonistas podem ser consideradas princesas – e o são –, no entanto, apenas em um universo restrito, delimitado pelas fronteiras físicas da região onde vivem. Ou seja, Jasmine, Pocahontas e Mulan são, de fato, princesas, mas cada uma em seu país; não no mundo mágico de Disney, que abrange todo o mundo real. É plausível ressaltar, também, que nestes três filmes não existem bruxas más ou personagens caracterizadas como alteridade às princesas – figuras femininas com padrões totalmente opostos aos das protagonistas. E não existem porque as próprias Jasmine, Pocahontas e Mulan representam a alteridade dentro do campo simbólico do qual se aproximam, mas ao qual não pertencem. Embora não sejam o outro em nível extremo de caracterização, são a árabe, a indígena e a chinesa.

Apresentadas as heroínas, suas histórias e a distinção entre os dois grupos de princesas – as clássicas e as renegadas –, chega o momento de analisar “Pocahontas” e seu enredo apresentado pela Disney. O motivo da escolha é simples: a peculiaridade deste desenho animado não reside apenas no fato de a protagonista ser de etnia indígena; está também no fato de a trama abstrair um elemento tradicional dos enredos Disney: esta é a única história da corporação que não traz aos espectadores, ao final da narrativa, o tradicional “viveram felizes para sempre...”.

No caso de Jasmine, a princesa árabe se apaixona por um homem da mesma etnia, com quem fica ao final. Mulan também tem satisfação ao término do filme, quando se enlaça com o chinês de seus sonhos. Porém, Pocahontas, que se apaixona justamente por um homem britânico (comandante da embarcação inglesa que vai ao Novo Mundo em busca de ouro), é afastada de seu amor após haver vivenciado um

romance platônico. Para justificar a separação do casal, foi legado a John Smith um final trágico: o capitão inglês se vê obrigado a retornar à Inglaterra para curar-se um tiro que levou na terra colonizada, e deixa Pocahontas no lugar ao qual pertence.

Jasmine e Aladin



Mulan e Chang



Pocahontas



John Smith

Com este desfecho, fica clara, mais uma vez, a imposição de valores dominantes pela sociedade através de figuras representativas, sendo a Disney um instrumento para esta imposição. Jamais a classe hegemônica européia / norte-americana, branca e burguesa, permitiria uma mistura de raças quando um dos lados envolvidos é o seu. Ou seja, para manter a coesão e lógica do sistema social e cultural é estritamente necessário que não haja miscigenação de grupos, que cada objeto permaneça em seu devido lugar, que a sujeira esteja no jardim e não no quarto. E para ensinar, desde cedo, as pessoas que tal envolvimento entre “mundos diferentes” não é aceitável, nada melhor do que agir diretamente em seu inconsciente, inserindo valores e limites. Nada melhor do que estabelecer padrões figurativos e deterministas para ensinar modos de ser e estar na sociedade, de acordo com a posição que se ocupa social, cultural e economicamente.

3.2.2 - O caso de Pocahontas

A privação do final feliz com a realização do amor não é o único elemento que difere o desenho animado “Pocahontas” das demais produções, embora seja o mais evidente. A origem do enredo também é uma exceção da Disney: este é o único desenho de princesa da companhia que é baseado em fatos reais. A história de Pocahontas – chamada de Matoaka por sua tribo – não é sequer uma lenda; existem evidências de sua existência, e uma versão aceita entre a maioria dos historiadores difere completamente da que os estúdios Disney contaram. Na história original, Pocahontas (1596-1617) era filha de um dos chefes indígenas mais poderosos da época – Powhatan –, que liderava mais de 25 tribos. Até os dias atuais, as tribos que descendem de seus súditos ainda trazem o nome de Powhatan como marca de respeito. Já o capitão inglês John Smith é descrito em várias cartas como um mercenário vulgar e mentiroso – não como o homem simpático, determinado e de bom coração que aparece no desenho animado.

A verdadeira história da índia mostra Pocahontas como a figura ideal para reduzir as tensões onde vivia. Sendo a filha do chefe mais poderoso da região e um dos primeiros membros de sua tribo a aprender a língua do colonizador (aos 12 anos de idade), ela tornou-se a enviada de seu pai para as áreas colonizadas, onde negociava a paz. Porém, quando teve início um grande conflito entre os ingleses e os súditos de Powhatan, Pocahontas foi raptada pelos colonizadores que pediam a rendição do chefe indígena em troca da libertação de sua filha. Como a oferta foi negada, Pocahontas permaneceu em cativeiro por um ano, até que um inglês chamado John Rolfe decidiu casar-se com ela. Batizada cristã e casada com um britânico, ela selou a paz naquele conflito e foi com seu marido para a Inglaterra. Na viagem de volta à tribo, Pocahontas contraiu varíola e faleceu. Ao chegar ao Novo Mundo e descobrir que o grande chefe Powhatan também havia falecido, John Rolfe e seu filho recomeçaram o conflito que destruiu a tribo da esposa e mãe.

O desenho “Pocahontas” é emblemático no que diz respeito ao repasse de valores pela Disney para a sociedade, principalmente quando se avalia que tais valores são transmitidos com base em estereótipos. Além do estereótipo de mulher bela estudado em todo este trabalho – embora Pocahontas não seja uma “princesa clássica Disney”, ela é considerada bonita –, outras tantas formas de representação pré-fixadas e de julgamento do outro a partir de pré-conceitos são encontradas na produção.

A literatura sobre estereótipo dos indígenas norte-americanos é extensa. Os modelos de representação de um grupo, cujas singularidades são ignoradas e sufocadas

por um formato homogêneo, são repetidos na produção Disney, que impõe julgamentos a partir do código moral norte-americanos – o qual se sobrepõe ao indígena. Quem não aceita tal código ou não se enquadra nele é tomado como perigoso, bárbaro, aquele que coloca a ordem natural do mundo em risco. “Línguas estrangeiras que não compreendemos sempre parecem zombarias, murmúrios, nos quais é impossível fixar um definitivo, categórico e individualizado grupo de sons” (LIPPMANN: 2008, 84).

Em geral, os grupos que estereotipam minorias vinculam sua imagem a características negativas e pejorativas. Em “Pocahontas”, a afirmativa pode ser confirmada com a compreensão que os britânicos têm dos indígenas antes mesmo de os conhecerem. Na narrativa, expressões como “bárbaros”, “sanguinários”, “selvagens”, “nojentos” e “maldita raça e horrível cor” são proferidas pelos personagens colonizadores quando ainda não haviam chegado ao Novo Mundo. Ao estabelecerem contato com o povo a ser colonizado, a idéia que traziam consigo é confirmada não pela realidade, mas pelas concepções prévias que cegam os olhos virgens.

Além do estereótipo de índio selvagem, no filme também reina uma outra caracterização para os povos nativos: a idéia de índio pacífico, quase bobo de tão bondoso; o homem que respeita as árvores e os animais, uma criatura supersticiosa e infantil. O selvagem e o bom selvagem, então, se justapõem como faces antitéticas da mesma moeda. Percebe-se, portanto, um índio mau e violento ou bom e tolo. O corpo da não ação, inclusive, é um dos fatores responsáveis pelo destino de Pocahontas. O típico final feliz da Disney é arrancado da índia sem que ela lute contra este destino, ou seja, sem que corra atrás de seu amado.

4. CONCLUSÃO

Constatado o poder de influência que a companhia Walt Disney e suas personagens exercem sobre toda a sociedade – e não apenas sobre as crianças, como se supunha –, confirma-se a imposição de valores estéticos pelas chamadas princesas Disney. A beleza de Branca de Neve, Cinderela, Aurora, Ariel e Bela – que encanta as meninas, moças, mulheres – torna-se um ideal a ser perseguido por toda a vida e a qualquer custo, mesmo que, para alcançá-lo, seja necessário, na maturidade, apelar para intervenções estéticas no próprio corpo. É o “mito da beleza” atuando e pesando sobre a sociedade.

Sendo uma produtora de esfera cinematográfica, o potencial da Disney em impor os padrões estéticos à sociedade – por meio da reprodução de discursos dominantes e, através deles, das formas de representação socialmente padronizadas – é potencializado pela linguagem audiovisual, a qual não deixa brecha ao receptor para uma intervenção criativa no conteúdo, estando o espectador apenas consumindo passivamente o que lhe é ofertado. As imagens dos filmes Disney reproduzem os padrões aos quais as sociedades estão acostumadas e perpetuam, através de suas narrativas, discursos dominantes, fixados, pré-estabelecidos e naturalizados. Ou seja, trata-se de um agente social de mídia que detém enorme poder de representação.

É por meio desta lógica, que os produtos Disney, assim como os demais provindos de outros agentes culturais socialmente capacitados para transmitirem valores aos grupos humanos, reinam soberanos e impõem determinados valores no contexto cultural, em que o ideal de beleza feminina – assim como outros tantos – não é constituído pela concepção de um indivíduo, mas por um sistema que impera sobre todos eles, como pôde-se constatar com o estudo de Stuart Hall: “Acima de tudo, significados culturais não estão apenas ‘em nossas mentes’. Eles organizam e regulam práticas sociais, influenciam nossa conduta e, conseqüentemente, apresentam efeitos reais e práticos sobre nós”.

Esta percepção justifica a questão inicialmente colocada na monografia. De fato, o padrão estético das princesas Disney – equiparado ao das beldades consagradas nos dias de hoje – é o ideal de beleza que as mulheres perseguem. Um ideal demarcado, essencialmente, pela diferença estabelecida em relação a outros tipos de beleza – ou até mesmo estabelecida em relação à feiúra. Ariel e Bela são tão interessantes quanto Jasmine, Pocahontas e Mulan, sem dúvida. No entanto, as primeiras são mais bonitas

que as últimas, inquestionavelmente. Pergunta-se a uma criança o por quê e ela não saberá responder, embora continue firme em sua constatação.

O mito da beleza é encarnado nas princesas Disney sutilmente, magicamente, deliciosamente, por gerações e gerações. Quando este padrão estético se tornará defasado? Não há resposta. Quando ele será posto em prova? Tampouco se sabe. Embora existam formas de questionamento a respeito do ideal de beleza feminina, ainda não houve elementos com força suficiente para derrubá-lo. Até mesmo alguns que o tentaram, acabaram por reforçar a estética culturalmente aceita do que vem a ser uma mulher bela. Como continuidade à análise da imposição de um padrão de beleza feminino, futuramente este trabalho irá estudar a princesa Fiona do desenho animado Shrek, distribuído pela DreamWorks Animations SKG. O objetivo é evidenciar uma distorção da mulher bela, a partir de elementos que vêm a desconstruir o que até então reinava absolutamente.

Bibliografia

- ALVES, Branca Moreira; PITANGUY, Jacqueline. **O que é feminismo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2003.
- BARTHES, Roland. **Mitologias**. São Paulo: Editora Bertrand Brasil, 1987.
- BETTELHEIM, Bruno. **A psicanálise dos contos de fadas**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2008.
- ELIADE, Mircea. **Os mitos nos contos de fadas**. In: *Mito e realidade*. São Paulo: Perspectiva, 2004, 6a ed., pp.167-176.
- FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.
- FREIRE FILHO, João. **Força de expressão: construção, consumo e contestação das representações midiáticas das minorias**. Revista Famecos, Porto Alegre, n. 28, dezembro de 2005.
- FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael; PAIVA, Raquel. **Rio de Janeiro: Estereótipos e representações midiáticas**. Revista E-compós, Rio de Janeiro, n. 1, dezembro de 2004.
- GIROUX, Henry A. **Os filmes da Disney são bons para seus filhos?**. In: STEINBER, S. e KINCHELOE, J. (org.), *Cultura infantil – a construção corporativa da infância*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004, 2ª edição.
- GOMES, Paola B. M. Barreto. **Princesas: produção de subjetividade feminina no imaginário de consumo**. 2000. 180 p. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul.
- GOMES, Paola B. M. Barreto. **A formação de visualidade e os estereótipos**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. <http://www.lab-eduimagem.pro.br/frames/seminarios/pdf/e1paogom.pdf>. Acesso em: 02 de março de 2009.
- HALL, Stuart orgs. **Representation – Cultural representations and signifying practices**. London: Sage Publications Ltda, 2003.
- LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- LYSARDO-DIAS, Dylia. **A construção e a desconstrução de estereótipos pela publicidade brasileira**. Stockholm Review of Latin American Studies, n. 2, novembro de 2007.

- MIGUEL, Luis Felipe. **Meios de comunicação de massa e política no Brasil**. Universidade Federal de Brasília. http://www.lacua.au.dk/index.jsp/publikationer/dl3/2midia_e_politica_no_br-miguel-unb.pdf. Acesso em: 04 de abril de 2009.
- PARMA, Alan Febrão. **Walt Disney: Um homem, uma empresa que (re)contam histórias**. Revista Língua, literatura e ensino, Brasil, v III, maio 2008.
- PEREIRA, Marcos Emanuel. **Psicologia Social dos Estereótipos**. São Paulo: Editora Pedagógica e Universitária, 2002.
- PEWEWARDY, Cornel. *The Pocahontas Paradox: a cautionary tale for educators*. Journal of Navajo Education, Kansas, 1997.
- STAM, Robert; SHOHAT, Ella. Crítica da imagem eurocêntrica -multiculturalismo e representação. Brasil: Cosac Naify, 2006.
- STEINBERG, Shirley R.; KINCHELOE, Joe L. **Sem segredos: cultura infantil, saturação de informação e infância pós-moderna**. In: *Cultura infantil – a construção corporativa da infância*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004, 2ª edição.
- TARDE, Gabriel. **A opinião e as massas**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- Diversos autores. **Irmãos Grimm em Quadrinhos**. Rio de Janeiro: Desiderata, 2007.
- WASKO, Janet. **Challenging Disney Myths**. Revista E-compós, Rio de Janeiro, n. 2, dezembro 2006.
- WOLF, Naomi. **O mito da beleza**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.
- WURFEL, Marlene. *Walt Disney's true love*. Znet, Estados Unidos, junho 1999.

Filmografia

- “A Branca de Neve e os Sete Anões”
- “Cinderela”
- “A Bela Adormecida”
- “A Pequena Sereia”
- “A Bela e Fera”
- “Aladim”
- “Pocahontas”
- “Mulan”
- “Os irmãos Grimm”